

## LA SEDUCCIÓN

El acto de seducir es tan antiguo y atávico que esta presente en todas las especies que pueblan nuestro globo. Sin duda en los albores de la humanidad; más salvaje que humana, y como en el resto de ejemplos de vida del reino animal, la seducción fue un aliado eficaz para lograr la supervivencia de la especie en la mejores condiciones posibles. Por tanto hoy gracias a los estudios sabemos de todos los trucos y rituales que usan los animales macho para transmitir a la hembra la sensación de que su oferta es la mejor posible para garantizarle una exitosa prole y por tanto una magnifico futuro a la especie. El macho sujeto activo en estas exhibiciones en las cuales “vende” su genética alardeando y mostrando lo mejor de su repertorio instintivo.

Cuando surgieron los primeros homínidos sin duda la fuerza y astucia para proporcionar seguridad y comida fue el mejor bagaje que podía poseer un gran seductor cavernario.

Ahora a esto se le llamaría armas de seducción en un moderno compendio de normas de marketing.

La seducción en resumen siempre ha sido una herramienta para lograr la subyugación y la entrega, cuasi voluntaria, de alguien, a través del cual obtenemos un beneficio, del tipo que sea. Si alguien domina el mundo de la seducción sin duda tiene una poderosa llave para controlar al prójimo.

Volviendo a los albores de lo humano y ya en el campo del mito religioso, no fue un acto de seducción, definido como malsano, el que marco la desgracia para un “cándido” Adán tentado por una hábil Eva?. Claro que en estos primeros ejemplos del viejo testamento cuando la mujer buscaba seducir, siempre era con fines malévolos. A ellas tan solo las podía impeler la fuerza del demonio o de la lujuria, que llevó a miles a arder en las hogueras encendidas por la doble moral de quienes las deseaban, pero temían a la vez. No había lugar para una mujer temida, habría de ser temerosa para sobrevivir. Las grandes seductoras como se ve nunca han sido tratadas en igualdad de condición con el hombre seductor, que aunque fuera un vil tramposo, siempre se le media con una vara más flexible. Baste recordar al mitológico Zeus embaucando con su disfraz a Leda. De ahí que se tenga la sensación de que en la seducción el macho se movía como pez en el agua, quizá por esa falta de escrúpulos en venderse de la mejor manera, aunque en sus argumentos usaran demasiado frecuentemente el engaño o la mentira.

A la mujer le quedaba el papel pasivo frente al hombre, ya fuera como moneda de cambio para ampliar o mejorar la hacienda de su prometido, al cual además en estos casos debía añadir una dote que mejorara la oferta. Tampoco cuando era la belleza y turgencia lo que ofrecía, tenía esta un papel activo. Tan solo era trofeo para el gran adalid de la seducción. En pleno romanticismo se batían en duelo por esas féminas de las cuales se esperaba dócil entrega.

Tuvieron que pasar muchos años y grandes cambios sociales, políticos y tecnológicos; muchas veces propiciados por grandes conflictos bélicos, léase las dos guerras mundiales, para que la mujer empezara a presentar un perfil más activo y vindicativo de todos sus papeles en la sociedad. No hubo más remedio que contar con ella como fuerza en un mundo donde el hombre mayoritariamente entregaba su energía en los frentes de batalla de unas guerras interminables.

También en la seducción se produjeron estos cambios a raíz de estas nuevas situaciones que fueron igualando a ambos sexos en cuanto a la actitud frente a la conquista. De todas formas ahora en este mundo tan tecnológico y donde las empresas tienen tanto poder que incluso se podría afirmar que son la mano que mueve los hilos de la política. Estas mismas empresas buscan seducir con sus mensajes de consumo y ya no se cortan en usar para sus fines ideales imágenes tanto femeninas, como masculinas con cánones muy perfectos de belleza para incitarnos a comprar o poseer ciertos bienes

que nos aseguran el éxito. Muchos sacrifican así la salud en todos los aspectos para emular estas iconos prefabricados que son nuevos anzuelos para obtener nuestra claudicación.

El marketing ha aprendido del pavoneo seductor y ahora lo utiliza sin miramientos contra una masa ingente de consumidores, que ellos mismos han modelado a su gusto. Así esquilman el planeta buscando las materias para fabricar los caprichos con los cuales intentaran tenernos contentos y dóciles, como si de damiselas se tratara. Los grandes seductores de este incipiente siglo XXI son las multinacionales empresariales que no tienen escrúpulos en crearnos angustiosos anhelos; muchas veces inalcanzables, para estar entre los elegidos para el triunfo.

Usar tal exclusiva y elitista marca, poseer aquella enésima nueva actualización de ese artilugio no nos dará nunca la paz, ya que siempre será superado por otro más completo. Siempre iremos en una carrera sin fin en pos de ese nuevo y revolucionario hito. Hoy lo que nos seduce es tan efímero como la luz que hace titilar una luciérnaga en la noche, cuando una apaga su luz, otra inmediatamente la sustituye en un baile sin fin. Sin duda a crueles cantos de sirena hemos sucumbido y como resultado la angustia siempre se vislumbra en nuestro horizonte...

Habría que proponer una vuelta a la seducción de lo sencillo y bello. La seducción de el silencio en armonía, de un aroma que se expande en una noche serena y cálida. Un sabor fresco y natural que te baja por la garganta. Dejarse llevar plácidamente por una caricia sincera; en un mundo que cada vez se toca menos a pesar de vivir en la era de la cibernética. Sucumbir a una mansa y enriquecedora comunicación a través de esas tantas formas que sabiamente ha inventado el hombre y que engloban a las artes. Y tantos ejemplos más, que sin duda encontraríamos y que nos harían reconciliarnos con una sana y descontextualizada seducción. Habría que derribar a ese gran monstruo en el que hemos transformado a la seducción, en todas sus facetas a lo largo de nuestro desarrollo. Seducirse uno mismo mirando más hacia dentro que hacia el enajenante mundo consumista que hemos creado. Sin duda luego de todas estas reflexiones sobre este simple vocablo sabremos que el error ha sido nuestro y que debemos seducir a través de la empatía. Aportar una actitud más crítica y selectiva frente a vanas y estériles seducciones que nos lanza este globalizado planeta. Seducirnos puede ser muy simple, pero nosotros no tenemos por que ser simples...

Marvilla 2011